



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Courrier

Question écrite n° 48418

Texte de la question

Mme Martine Aurillac souhaiterait appeler l'attention de M. le ministre délégué à la poste, aux télécommunications et à l'espace sur l'encombrement et le gaspillage engendrés par la distribution massive de publicités et de journaux dans les boîtes aux lettres des particuliers. Cette distribution massive estimée aujourd'hui à 39 kilos par an et par foyer pose un problème écologique et financier particulièrement délicat pour les particuliers qui ne souhaitent pas recevoir ce type de publications. Certes, il est possible d'échapper à certaines publicités par voie postale par le retrait de certaines listes de diffusion. Néanmoins, ces dispositifs restent insuffisants et les employés des postes sont surchargés. Aussi souhaiterait-elle lui demander quelles sont les mesures qu'il envisage de mettre en place pour remédier à cette situation.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire demande à M. le ministre délégué à La Poste, aux Télécommunications et à l'Espace, si les pouvoirs publics envisagent la mise en place d'un dispositif répondant aux souhaits de certains particuliers de ne plus recevoir de publicités non adressées dans leurs boîtes aux lettres. Le marché de l'imprime sans adresse est un marché entièrement concurrentiel et en plein développement. En effet, la publicité constitue pour les entreprises un moyen efficace et économique pour soutenir et développer leurs activités. La Poste est confrontée sur ce marché à la concurrence de 450 distributeurs privés. Elle n'est donc que partiellement responsable de l'encombrement des boîtes aux lettres. En outre, elle ne peut s'imposer unilatéralement des mesures de contingentement qui auraient pour conséquence évidente de laisser une place plus grande à ses nombreux concurrents alors qu'elle assure, notamment à travers la distribution du courrier, une importante mission de service public sur l'ensemble du territoire. Selon un sondage de la SOFRES portant sur la réaction des Français face à la publicité non adressée, il apparaît que 88 % d'entre eux lisent cette publicité et 56 % la jugent utile pour leur information. S'agissant de la prise en compte du souhait de certains consommateurs de ne pas recevoir ce type de publicité, les réflexions menées par les professionnels ont révélé la complexité de sa mise en œuvre. La boîte aux lettres étant la propriété du destinataire, rien ne s'oppose cependant à ce que le consommateur y appose une mention de refus.

Données clés

Auteur : [Mme Aurillac Martine](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 48418

Rubrique : Poste

Ministère interrogé : télécommunications et espace

Ministère attributaire : télécommunications et espace

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 17 février 1997, page 772

Réponse publiée le : 31 mars 1997, page 1688